

بسمه تعالی

بازاریابی بین المللی

نیمسال دوم سال تحصیلی 1402-1403

منبع: بازاریابی بین المللی و مدیریت صادرات، نوشته محمدرضا کریمی علویجه، رحیم محترم، ابوالقاسم ابراهیمی

نحوه ارزیابی:

- حضور و غیاب 1 نمره
- مشارکت در مباحث کلاسی (هر دانشجو باید حداقل 3 مثبت داشته باشد) 2 نمره (+1 نمره اضافی)
- پرسش و پاسخ کلاسی (هر دانشجو باید حداقل 3 مثبت داشته باشد) 2 نمره
- میان ترم (تستی و تشریحی) 4 نمره
- پایان ترم (تستی و تشریحی) 9 نمره
- پروژه 2 نمره

توضیحات

- تا حداکثر دو جلسه غیبت، نمره ای کسر نمی شود، ولی بیشتر از دو جلسه، به ازای هر جلسه 0/25 نمره و تا سقف 1 نمره کسر می شود.
- هر جلسه از مباحث جلسه قبلی پرسیده می شود. در بار اول عدم آمادگی دانشجو، اخطار می گیرد و در دفعات بعدی امتیاز منفی لحاظ می شود. برای گرفتن نمره کامل کلاسی، هر دانشجو باید حداقل سه مثبت داشته باشد. هر امتیاز منفی، یک مثبت را از بین می برد.
- جزئیات موضوع انتخابی خود را حداکثر تا 15 اسفند باید به نماینده کلاس اطلاع دهید. هر سه روز تاخیر از این تاریخ نیم نمره از نمره کل تمرین کسر خواهد شد.

موفق باشید.

موضوع پروژه:

- گروه های سه نفره تشکیل دهید و یکی از تمرین های زیر را به انتخاب خودتان برای ارائه در کلاس انتخاب کنید.
- ✓ **تمرین اول:** یک برند بین المللی معروف (مثل نایک، اپل، کوکاکولا، مک دونالد، و ...) را انتخاب کنید و استراتژی های بازاریابی آن برند را در کشورهای مختلف (حداقل سه کشور یا سه حوزه بازار مختلف) به صورت جداگانه بررسی کنید. تفاوت های موجود و عواملی که فکر می کنید دلیل این تفاوت ها هستند، و نقاط قوت و ضعف این استراتژی ها را تحلیل کرده و در کلاس ارائه دهید.

✓ **تمرین دوم:** یک محصول خاص را انتخاب کنید و سه بازار هدف مختلف (الزاماً با تفاوت های فرهنگی مشخص) را به عنوان بازار هدف صادراتی آن محصول انتخاب کنید. محیط هر بازار را بر اساس عوامل مختلف فرهنگی، اقتصادی، و ... بررسی کرده و نکات مهم مربوط به آمیخته بازاریابی مناسب برای هر بازار را پیشنهاد دهید. (در قالب 4P)